

1. OBJETIVO

Definir la ruta y los lineamientos para el diseño de estrategias de comunicación, campañas y otras piezas comunicacionales, que se requieran para la difusión de los diferentes programas y proyectos de la Agencia de Educación Postsecundaria de Medellín-Sapiencia (externos e internos)

2. ALCANCE

Inicia con la recepción de la información por parte del área a cargo de la convocatoria, continua con el diseño de la estrategia y/o campaña hasta la evaluación y mejoras de las estrategias ejecutadas.

3. RESPONSABLE

Contratista Líder de Gestión de Comunicaciones.
 Contratista Líder del proyecto o proceso, que realiza el requerimiento.
 Contratistas de apoyo del proceso Gestión de comunicaciones.

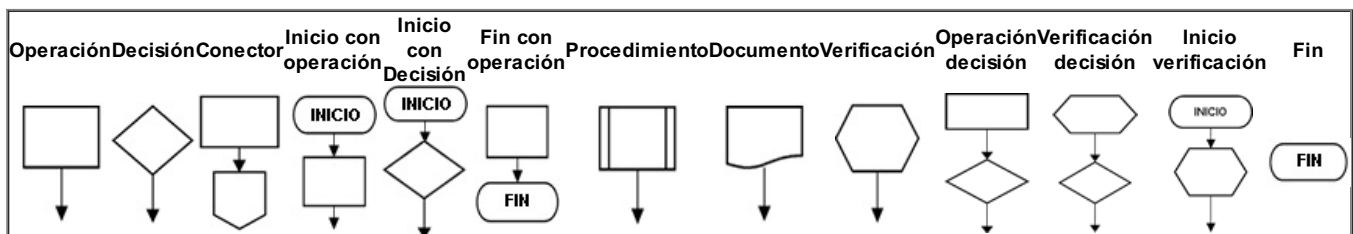
4. DEFINICIONES

- **Brief:** es un documento informativo breve, conciso, completo y detallado del programa, proyecto, evento o actividad, que se entrega al área de comunicaciones como insumo de trabajo, este documento debe aportar información detallada y descriptiva, los objetivos que persigue, el público al que va dirigido o al que se quiere llegar, el mensaje que se quiere enviar, cronograma y cualquier otra información que pueda ayudar al proceso de comunicaciones a enfocarse para el diseño de la estrategia, plan y/o acciones de comunicaciones (Fuente: López, P, El briefing: definición, creación, consejos y ejemplo. Cícero Comunicación, 2018).
- **Campaña:** conjunto de actividades o de trabajos que se realizan en un periodo de tiempo determinado y están encaminados a conseguir un fin (Fuente: Diccionario de la Real Academia, s.f., definición 3)
- **Piezas Gráficas:** una pieza gráfica se refiere a una composición visual en diseño, el cual puede variar en soporte y formato según sus necesidades (Fuente: <https://aluscreativos.com.ar/piezas-graficas/>)
- **Plan de Medios:** es la planificación de los canales por los que se transmitirá cierta información, con el fin de que llegue directamente a su público objetivo en el momento idóneo, aquí se debe tener en cuenta el análisis y la selección de los canales adecuados (Fuente: Glosario de Isolucion de Sapiencia).
- **Público Objetivo:** se trata del público al que se dirigen las acciones de comunicación. Es importante tenerlo claramente definido e identificado para aumentar las posibilidades de acierto en las acciones de comunicación (Fuente: Juan José Castaño, Susana Jurado, Marketing digital (Comercio electrónico), 2016).
- **Campaña de Comunicación:** La campaña de comunicaciones está conformada por una serie de tácticas y acciones que basadas en el plan estratégico de comunicaciones de la Agencia, buscan lograr el objetivo trazado por el área solicitante en la que se incluyen ítems como por ejemplo (diseñar, planificar, ejecutar y evaluar acciones)
- **Videos:** un video para redes sociales tiene unas características puntuales, debido al público y plataforma que se usa (deben ser videos que no tengan una duración que supere el minuto y medio, con subtítulos, apoyos en imágenes con movimiento, voz en off clara, musicalización)

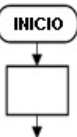
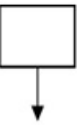
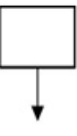
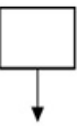
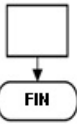
5. CONDICIONES INICIALES

No aplica

6. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES



N°	Actividad	Flujograma	Cargo Responsable	Referencia
	Identificar necesidades: El responsable del proceso, programa y/o proyecto, presenta al proceso de gestión de comunicaciones la necesidad de una estrategia de			F-ES-GC-001 Brief (solicitud servicio de comunicación)

1	comunicación, campaña o piezas gráficas, mediante el diligenciamiento del F-ES-GC-001 BRIEF (solicitud servicio de comunicación) que contenga el detalle de la necesidad, el brief diligenciado se debe enviar al correo comunicaciones@sapiencia.gov.co para hacer oficial la solicitud. La necesidad se registra en el formato F-ES-GC-002 Control de Requerimientos.		Responsable del proceso, programa y/o proyecto Contratista Líder de Comunicaciones.	F-ES-GC-002 Control de requerimientos - F-ES-GC-001 Brief - solicitud servicios de comunicación - F-ES-GC-002 Control de requerimientos
2	Conceptualizar y diseñar propuesta: El equipo de comunicaciones se reúne a evaluar la información entregada y elabora una propuesta para responder al requerimiento.		Contratista Líder de Comunicaciones y equipo de apoyo	Listado asistencia consejo de comunicaciones
3	Presentar y aprobar la propuesta: Se presenta la propuesta a la Dirección General y al responsable del proceso, programa o proyecto para recibir observaciones y aprobación.		Contratista Líder de Comunicaciones y equipo de apoyo Dirección General	Documentos con la propuesta.(ppt/ correo electrónico)
4	Presentar campaña a Secretaria de Comunicaciones: La campaña de comunicaciones es presentada el comité de comunicaciones de la Secretaría de Comunicaciones del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín, donde se reciben comentarios y ajustes.		Contratista jefe de prensa Sapiencia	Listado asistencia / Acta de reunión Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín consejo de comunicaciones Distrital
5	Elaborar plan de trabajo: El equipo de comunicaciones elabora un plan de trabajo distribuyendo responsabilidades. Este se elabora según la complejidad del requerimiento.		Contratista Líder de Comunicaciones y equipo de apoyo	Listado asistencia consejo de comunicaciones
6	Implementar plan de trabajo y reportar avances: El equipo de comunicaciones implementa cada actividad asignada para la ejecución de la estrategia de comunicación, campaña o piezas gráficas. Los avances de cada actividad son presentados al área solicitante de la campaña.		Contratista Líder de Comunicaciones y equipo de apoyo. Dirección General.	Registro de cada actividad / Back Up comunicaciones
7	Ejecutar la estrategia de comunicación, campaña o piezas gráficas: Se ejecuta la estrategia de acuerdo a lo planeado en cada componente (producción de material impreso, página web, redes sociales, medios de comunicación, movilización, eventos etc.)		Contratista Líder de Comunicaciones y equipo de apoyo	Registro de cada actividad / Back Up comunicaciones/ Plan Distrital comunicaciones
8	Evaluar y retroalimentar acciones de mejora: El Contratista Líder de Comunicaciones y equipo de comunicaciones que participó en la campaña o estrategia, elaboran un informe general de la campaña elaborada, con detalles como publicaciones, impacto, alcance,		Contratista Líder de Comunicaciones y equipo de	Informe campañas

reporte de paraderos de buses, pauta, material Pop, etc. El informe es cargado en el backup de comunicaciones sapiencia y backup plan distrital de comunicaciones. Así mismo, es enviado a las áreas solicitantes en casos requeridos	apoyo	
---	-------	--

7. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

Manuales de Identidad Corporativa del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín

Manual de Identidad Corporativa de Sapiencia

8. LISTADO DE ANEXOS:

F-ES-GC-001 Brief (solicitud servicio comunicaciones)

F-ES-GC-002 Control de requerimientos

9. HISTORIAL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA	RAZÓN DE LA ACTUALIZACIÓN
1	15/Jul/2015	Procedimiento construido por primera vez
2	30/Abr/2018	Actualización del procedimiento
3	16/Jun/2023	Se actualizó el procedimiento en roles y responsables, formatos, alcance. Elaboró: Alejandra Feijoo (Contratista Comunicaciones). Revisó: Ditter López (Contratista MIPG-SIG). Aprobó: Víctor Arcila (Contratista Líder de Gestión de Comunicaciones).
4	18/Sep/2025	Se modificó el alcance del procedimiento. En las definiciones se cambia estrategia de comunicación por campaña de comunicación, se adiciona la definición de video y se elimina la de plan de trabajo. Se elimina al Contratista Auxiliar administrativa como uno de los responsables en la actividad de identificación de necesidades. Se adiciona la actividad de presentar la campaña de comunicaciones al comité de comunicaciones de la Secretaría de Comunicaciones del Distrito y la de elaborar un informe al final sobre la campaña

ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
Nombre: Luciana Velez Arenas Cargo: Contratista MIPG-SIG Fecha: 18/Sep/2025	Nombre: Luciana Velez Arenas Cargo: Contratista MIPG-SIG Fecha: 18/Sep/2025	Nombre: Melissa Lozano Ángel Cargo: Contratista Líder Comunicaciones Fecha: 19/Sep/2025